ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO MAYA FACHRIAH STORE MARTAPURA

Farah Youmia[1] , Hj.Lamsah[2], Hairul[3]

Fakultas Ekonomi

Program Studi Manajemen

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Arsyad Al Banjari

Email: farahyoumia97@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan hal penting dalam suat tempat usaha karena apabila pelanggan merasa tidak puas maka akan membuat konsumen tidak loyal terhadap tempat usaha tersebut. Penulisan tugas akhir ini menggunakan lima dimensi yang meliputi dimensi bukti langsung (tangibility), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada toko maya fachriah store martapura. Masalah yang terjadi pada tempat usaha ini yait mengenai kepasan pelanggan dalam aspek kebersihan dan kerapian, lokasi tempat usaha serta ketepatan karyawan dalam memberikan pesanan yang sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa masih ada responden yang merasa cukup puas bahkan tidak puas. Penulis memberi saran agar pemilik usaha lebih memperhatikan kualitas keberssihan tempat usaha dengan membuat gudang khusus untuk menyimpan barang-barang persediaan dan membuat papan nama agar memudahkan konsumen menemukan tempat usaha. Dan membuat kebijakan untuk menambah karyawan agar tidak kewalahan dalam menangani pekerjaannya.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is an important thing in a business place because if the customer feels dissatisfied, it will make consumers not loyal to it. The writing of this essay uses five dimensions which include tangibility, reability, responsiveness, assurance, and empathy. To determine the level of customer satisfaction with service on Maya fachriah store. The problem that occrs in this place of business is regarding customer satisfaction within aspects of cleanliness and tidiness, the location of the place, and the accuracy of employees in giving orders in accordance with the wishes of consumers. This can bee seen of the results of the questionnaire which shows that there are still r espondents who feel

qite satisfied and even dissatisfied. Theauthor advises that business owners pay more attention to the quality of cleanliness of the business place by making a special warehouse to deviate supplies and make a signboard to make it easier for consumersto find a place of this place. And make a policy to add employees so that employees are not overwhelmed in handling their work.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan teknologi informasi dan internet menjadi semakin luas. Dengan adanya teknologi yang dapat terhubung secara *online* tanpa bagtas watu dan tempat, membuat para pelak usaha memmiliki terobosan baru untuk meningkatkan usahanya seperti membuat bisnis *online*. Selama ini, kegiatan penjualan hanya dilakukan melalui media cetak, radio dan dari mulut ke mulut saja. Tetapi sekarang, dengan bermodalkan smartphone yang kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari dan ditunjang pula dengan fasilitas internet yang semakin luas, para pelaku usaha dapat memasarkan dagangannya dengan lebih mudah dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Perkembangan UKM memiliki perkembangan yang bags karena para pelaku usaha dapat menghasilkan jenis barang yang lebih beragam.

Salah satu bisnis yang ytengah berkembang di Indonesia yait bisnis di bidang *fashion.* Usaha di bidang ini merupakan bentuk usaha yang paling banyak diminati kaun wanita karena tidak memerlukan modal yang besar. Resiko kerugian usaha ini masih terbilang minim dibandingkan dengan bentuk usaha lain, oleh sebab it pelaku bisnis dibidang *fashion* terbilang lumayan banyak. Semakin bertambahnya palku bisnis dalam bidang *fashion* yang juga menjakankan bisnisnya melalui media sosial membuat persaingan dengan sesama pelaku usaha khususnya yang berada dalam satu lokasi yang sama menjadi tidak bisa dihindari, tetapi penggunaan strategi pemasaran yang baik akan menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Menurut schaanaanrs, bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah terciptanya kepuasan pelanggan dapat menberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suat rekomendasidari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono,2005).

Namun, seringkali kepuasan pelanggan tidak terlalu diperdulikan oleh pemilikm usaha, padahal kepuasan pelanggan berperan penying dalam memajukkan suatu usaha. Kualitas pelayanan memegang peran penting dalam bertahannya suatu usaha. Sebab, apabila konsumen mendapatkan pelayanan yang baik maka mereka akan menajlin hubungan yang baik dengan tempat usaha. Dengan baiknya kalitas pelayanan maka akan membuat konsumen merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan karena apabila konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan berpindah ke temoat usaha yang lain.

KAJIAN LITERATUR TERDAHULU

Nasution (2004:7) *"kualitas pelayanan adalah upaya pemenhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.*

Kotler (2000:52) "*kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan harapannya."*

Supranto (2001:233) "*kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya."*

TINJAUAN EMPIRIS

Penelitian yang dilakukan oleh Kartika Nur Rahmawati (2017). Penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai bangsawan klaten. Penelitain ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan teknik *no probability* untuk mendapatkan sampelnya. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan kedai bangsawan klaten dalam kategori baik serta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai bangsawan klaten.

Penelitian yang dilakukan Artline Ken Prawirani (2017). Penelitian ini tentang kualitas pelayanan toko *outfitx_new* kota bandungdengan menggunakan metode deskriptif analisis dan menggunakan teknik pengumpulan data observasi nonpartisipan, wawancara terstruktur, penyebaran angket dan studi kepustakaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada toko *outfitx_new* tidak sempurna karena belum terlaksananya kualitas pelayanan dengan baik khususnya pada aspek-aspek harga dan *reability*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Ulfa Wardani (2017). Penelitian ini tentang pengaruh kualitas dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi gojek menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Didapatkan hasil uji asumsi klasik data hipotesis *tangible, responsive, assurance*, dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan sumber data
   Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data primer adalah data asli yang didapatkan langsung dari penelitian. Data primer pada penelitian ini bersumber dari konsumen sebagai responden penelitian.
2. Lokasi penelitian
   Lokasi beralamat di Jl. Cempaka Gang. Falmboyan RT.005 RW.002 Kelurahan Jawa Laut Kecamatan Martapura Kabupaten Banjar.
3. Populasi dan sampel
   Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen Toko Maya Fachriah Store Martapura menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *accidental sampling* dan mendapatkan responden sebanyak sebanyak 30 responden/
4. Teknik pengumpulan data
   1) Studi kepustakaan
      Data yang diperoleh dengan cara memempelajari buku-buku, laporan penelitian, data-data dari internet, jurnal, pendapat para ahli dan smber-sumber dokumentasi lainnya yang dianggap berkaitan dengan penelitian

2) Wawancara
   Wawancara dilakukan langsung dengan pemilik toko untuk mendapatkan data yang diperlukan.
3) Observasi
   Peneliti melakukan pengamatan langsung untuk melihat aktivitas yang terjadi di objek penelitian
4) Kuesioner
   Teknik ini dilakukan untuk mendapat data primer yang bersumber dari konsumen. Daftar pertanyaan yang dibuat merupakan bagian terstruktur dari sistematik dari sebuah pengumpulan data karena dengan kuesioner yang sudah dibuat maka data yang didapat akan lebih terinci dan relatif lebih akurat.

HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan analisis kualitas pelayanan terhadap pelayan yang diberikan too maya fachriah store martapura, jumlah pertanyaan yang diberikan peneliti kepada responden sebanyak 15 pertanyaa, penelitian berlangsung selama 5 hari dan mendapat sebanyak 30 responden. Peneliti melakukan analisis berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan domisili untuk mendapatkan gambaran umum para konsumen.

1. **Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**
   Berdasarkan jenis kelamin, seluruh responden terdiri dari 100% wanita, mengingat juga karena Toko Maya Fachriah Store hanya menjual keperluan *fashion* wanita saja.
2. **Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**
   Responden berusia dibawah 20 tahun sebanyak 26.7% atau 8 orang, usia 21-30 tahun sebanyak 50% atau 15 orang, usia 31-40 tahun sebanyak 20% atau 6 orang, usia diatas 41 tahun sebanyak 3.3% atau 1 orang.
3. **Deskripsi Reponden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden**
   SLTP sebanyak 20% atau 6 orang, SLTA sebanyak 26.7% atau 8 orang, PERGURUAN TINGGI sebanyak 53.3% atau 16 orang.
4. **Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**
   Wiraswasta sebanyak 20% atau 6 orang, pelajar/mahasiswa sebanyak 43.3% atau 13 orang, pegawai swasta sebanyak 30% atau 9 orang, pegawai negri sipil sebanyak 6.7% atau 2 orang.
5. **Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili**
   Responen yang berada di luar kabupaten banjar lebih sedikit dibandingkan dengan yang beradadi kabupaten banjar. Dengan jumlah 63.3% atau 19 orang responden yang berasal dari kabupaten banjar , sedangkan sebanyak 36.7% atau sebanyak 11 orang berasal dari luar kabupaten banjar.

Hasil dari tanggapan responden dalam lima dimensi (bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati).

1. **Hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi bukti langsung (*tangibility*)**
   1) Berdasarkan aspek kebersihan sebanyak 50% atau 15 orang memilih setuju, 33.3% atau 10 orang memilih cukup setuju, dan sebanyak 16.7% atau 5 orang memilih tidak setuju.
   2) Berdasarkan aspek lokasi memiliki letak yang strategis sebanyak 33.3% atau 10 orang memilih setju, 50% atau 15 orang memilih cukup setuju dan 16.7% atau 5 orang memilih tidak setuju.

3) Berdasarkan aspek dekorasi yang menarik sebanyak 10% atau 3 orang memilih sangat setuju, 73.3% atau 22 orang memilih setuju dan 16.7% atau 5 orang memilih cukup setuju.

2. Hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi kehandalan (*reability*)

1) Berdasarkan aspek karyawan sangat ramah dalam memberikan pelayanan sebanyak 13.3% atau 4 orang memilih sangat setuju, 73.3% atau 22 orang memilih setuju, dan 13.3% atau 4 orang mermilih cukup setuju.
2) Berdasarkan aspek karyawan cekatan dalam menangani pesanan konsumen, 23.3% atau 7 orang memilih sangat setuju, 53,4% atau 16 orang memilih setuju dan 23.3% atau 7 orang memilih cukup setuju.
3) Berdasarkan aspek kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pesanan konsumen sebanyak 13.3% atau 4 orang memilih sangat setuju, 50% atau 15 orang memilih setuju , 23.4% atau 7 orang memilih cukup setuju, dan 13.3% atau 4 orang memilih tidak setuju.

3. Hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi daya tanggap (*responsiveness*)

1) Berdasarkan aspek karyawan cepat dan tanggap dalam melakukan koreksi apabila terjadi kesalahan sebanyak 10% atau 3 orang memilih sangat setuju, 66.7% atau 20 orang memilih setuju, dan 23.3% atau 7 orang memilih cukup setuju.
2) Berdasarkan aspek pertanyaan konsumen dapat dijawab dengan baik oleh karyawan, sebanyak 10% atau 3 orang memilih sangat setuju, 76.7% atau 23 orang memilih setuju, dan 13.3% ata 4 orang memilih cukup setuju.
3) Berdasarkan aspek karyawan menangani keluhan konsumen dengan baik dan sabar , sebanyak 20.7% atau 6 orang memilih sangat setuju, 62.1% atau 18 orang memilih setuju dan 17.2% atau 5 orang memilih cukup setuju.

4. Hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi jaminan (*assurance*)

1) Berdasarkan aspek keamanan, sebanyak 16.7% atau 5 orang memilih sangat setuju, 80% atau 24 orang memilih setuju, dan 3.3% atau 1 orang memilih cukup setuju.
2) Berdasarkan aspek kemampuan karyawan menumbuhkan kepercayaan konsumen sebanyak 16.7% memilih sangat setuju, 73.3% atau 22 orang memilih setuju, dan 10% atau orang memilih cukup setuju
3) Berdasarkan aspek karyawan memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk yang dijual, sebanyak 13.3% atau 4 orang memilih sangat setuju, 73.3% atau 22 orang memilih setuju, dan 13.3% atau 4 orang memilih cukup setuju.

5. Hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi empati (*empathy*)

1) Berdasarkan aspek kemampuan berkomunikasi karyawan mudah dipahami konsumen, sebanyak 26.7% atau 8 orang memilih sangat setuju, 56.7% atau 17 orang memilih setuju, dan 16.7% atau 5 orang memilih cukup setuju.
2) Berdasarkan aspek karyawan memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan, sebanyak 13.3% ata 4 orang merasa sangat setuju,

63.4% atau 19 orang memilih setuju, dan 23.3% atau 7 orang memilih cukup setuju.

3) Berdasarkan aspek karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon keinginan konsumen, sebanyak 16.7% atau 5 orang memilih sangat setuju, 63.3% atau 19 orang memilih setuju, dan 20% atau 6 orang memilih cukup setuju

Berdasarkan data yang diatas, terlihat bahwa pada aspek kerapian dan kebersihan tempat usaha masih kurang memuaskan konsumen. Seharusnya pemilik usaha lebih meningkatkan lagi kebersihan dan kerapian toko agar konsumen lebih merasa nyaman saat berada dan berbelanja di tempat usaha ini. Kualitas kebersihan dan kerapian tempat usaha yang rendah cenderung membuat beberapa konsumen merasa malas untuk berbelanja lebih lama. Kebersihan dan kerapian tempat usaha ini dapat ditingkatkan dengan membuat gdang tersendiri untk menaruh persediaan barang-barang yang tidak dipajang di rak baju sehingga toko akan terlihat lebih luas dan tidak sesak dengan persediaan barang.

Lokasi toko yang kurang strategis juga menjadi salah satu keluhan konsumen, sebab letak tempat usaha yang berada di dalam komplek perumahan yang juga memiliki banyak jalan tembusan membuat konsumen kesulitan untuk menemukan tempat usaha ini.

Pada aspek kalitas pelayanan karyawan kepada konsumen dalam aspek kemampuan karyawan dalam memberikan pesanan sesuai dengan pesanan pelanggan juga dirasa masih kurang, walaupun tidak banyak yang merasa demikian tetapi hal ini juga harus diperhatikan. Penilaian konsumen terhadap suatu tempat usaha sangatlah penting karena pemasaran melalui mlut ke mulut oleh konsumen dapat memberikan dampak yang baik atau buruk, tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, kebijakan untuk menambah karyawan dirasa dapat membantu karyawan yang sudah ada agar dapat berbagi tugas dalam melayani konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kerapian pada tempat usaha masih kurang. Hal ini dapat dilihat dengan adanya responden yang menjawab cukup puas bahkan tidak puas dengan kerapian dan kebersihan tempat usaha.
2. Letak tempat usaha yang berada di dalam komplek perumahan membuat konsumen merasa bahwa lokasi toko Maya Fachriah Store tidak strategis. Beberapa responden mengatakan mereka merasa kesulitan menemukan lokasi tempat usaha sebab jalan di dalam komplek perumahan tersebut juga memiliki banyak jalan tembusan.
3. Untuk hal ketepatan karyawan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan pesanan konsumen, masih ada yang merasa tidak puas walaupun hanya sedikit, kesalahan pemesanan produk ini biasanya terjadi saat karyawan melayani pemesanan secara online. Namun hal ini sangat berpengaruh terhadap tempat usaha sebab hal ini dapat tersebar melalui mulut ke mulut dan memberi efek kurang baik bagi tempat usaha.

Saran

1. Pemilik harus lebih memperhatikan kebersihan dan kerapian tempat sahanya agar pelanggan merasa lebih nyaman saat berbelanja. Hal ini bisa dimulai dari menambah rak baju dan membuat gdang tersendiri

untuk menaruh barang persediaan agara rang pada tempat usaha terlihat luas dan lebih rapi.

2. Untuk tempat saha yang dirasa pelanggan kurang strategis, pemilik usaha bisa membuat papan nama yang lebih jelas dan diletakkan……. Karena toko maya fachriah store jga melakukan penjualan melalui media sosial, maka mencantumkan lokas tempat usaha menggunakan goole maps pada biodata akun instagram juga akan sangat membantu.
3. Karyawan harus diberikan bimbingan lagi untuk lebih memperhatikan pesanan konsumen sebelum mengirimkannya. Pemilik usaha juga dapat mengambil kebijakan dengan menambah karyawan, beberapa pekerjaan yang menumpuk dan dilakukan sendiri dapat membuat karyawan tidak focus dan kewalahan sehingga tidak maksimal dalam melakukan pelayanan.

REFERENSI

Nasution Arman Hakim dan Indung Sudarso, 2006, Manajemen Pemasaran Untuk Engineering, C.V Andi Offset, Yogyakarta.

Mursid M, 2014, Manajemen Pemsaran, Edisi Ke Satu, Cetakan Ke Tujuh, PT Bumi Aksara, Jakarta.

Sunyoto Danang, 2014, Konsep Dasar Riset Pemsaran Dan Perilak Konsumen, Cetakan Ke Dua, Center For Academic Publishing Service, Yogyakarta.

Assauri Sofjan, 2004, Maanjemen Pemsaran, Edsi Ke Satu, Cetakan Ke Tujuh, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.

Abdullah Thamrin, Francis Tantric, 2013, Manajemen Pemsaran, Cetakan Ke Dua, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Sunyoto Danang, 2011, Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi, Cetakan Ke Satu, CAPS, Yogyakarta.

Sudaryono, 2015, Pengantar Bisnis, Edisi Ke Sat, C.V Andi Offset, Yogyakarta.

Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya & Effendi,2015, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Penerbit Andi, Yogyakarta.